

# SEMIÓTICA DISCURSIVA APLICADA AO JORNALISMO: ESTUDO DE VINHETAS TELEVISIVAS

Cárlida Emerim - UFSC<sup>1</sup>

## RESUMO

O artigo apresenta uma proposta e um ensaio de análise fundada na Semiótica Discursiva, inspirada em Hjelmslev e Greimas, articulando proposições de autores contemporâneos que utilizam a semiótica como base de estudos analíticos em torno da imagem em movimento. Para exemplificar, tomou-se como objeto empírico, as vinhetas televisivas, mais especificamente, aquelas utilizadas no interior de programas de telejornalismo com vistas a evidenciar um tema específico ou mesmo a identidade de um programa. Para este estudo de caso, selecionou-se a vinheta do programa Plantão Globo de Telejornalismo e da cobertura da Guerra dos EUA X Iraque (2002), realizada pela Rede Globo de Televisão, nos seus telejornais. Como resultados mostram-se os efeitos de hierarquização dos emissores e diferentes efeitos de sentido produzidos pelas relações entre os elementos em cena, muitas vezes diferentes da própria situação noticiosa em relato.

**PALAVRAS-CHAVE:** Telejornalismo; Vinhetas; Semiótica Discursiva; Análise de Imagens; Estudo de Caso.

## 1. APRESENTANDO O PERCURSO

*Só depois que a tecnologia inventou o telefone, o telégrafo, a televisão e a internet, foi que se descobriu que o problema de comunicação mais sério era o de perto. (Millôr Fernandes).*

A humanidade se encontra novamente num dilema: compreender o lugar do indivíduo e do coletivo. A comunicação, que se dá de formas diversas, ora disciplinar, ora transdisciplinar, é uma chave mestra para esta compreensão, oportunizando ao ser social a interação e a mediação de processos e relações. No âmbito deste comunicar, ensaja-se o olhar, não qualquer olhar, mas àquele que atento ao que não se vê, percebe, interpreta e compreende para além do que é dado a ver.

Neste patamar, encontra-se a Teoria Semiótica, um arsenal teórico e metodológico que vem instrumentalizando os estudiosos para auxiliar a sociedade a exercitar o olhar na

---

<sup>1</sup> Jornalista, Mestre em Semiótica, Doutora em Processos Midiáticos, professora e pesquisadora da Graduação e Pós-graduação em Jornalismo na Universidade Federal de Santa Catarina, líder do Grupo Interinstitucional de Pesquisa em Telejornalismo, GIPTe/UFSC, integrante do Núcleo Transdisciplinar de Estudos Semióticos, NEST/UDESC e da Rede de Pesquisadores em Telejornalismo, Rede TELEJor. carlida.emerim@ufsc.br.

busca do sentido produzido pelos objetos, pelos seres sociais e as inúmeras e múltiplas relações que eles estabelecem entre si e com as coisas do mundo.

A televisão aberta ainda é a mídia de maior acesso dos brasileiros<sup>2</sup>, o que reitera a escolha deste veículo como objeto de estudo e, ainda, contribui para trazer aportes reflexivos não só para o público quanto para os estudiosos interessados em compreender o que diz e o que faz para dizer o que diz a mídia televisiva brasileira.

Nessa direção, o presente artigo propõe um percurso de análise e ensaia uma aplicação elegendo como objeto empírico duas vinhetas televisivas produzidas para a identidade de um programa eventual do telejornalismo, o Plantão Globo de Jornalismo – telejornalismo (PGJ): 1) a vinheta tradicional do PGJ; 2) a vinheta do plantão da cobertura da Guerra dos EUA X Iraque, ocorrida em 2002, emitida pela Rede Globo de Televisão<sup>3</sup>. O objetivo é o de analisar os efeitos de sentido produzidos por estas vinhetas considerando a marca identitária da vinheta padrão e a criação temática da vinheta numa cobertura específica e pontual. Para tanto, como já se apontou, utiliza-se de uma proposta de análise de materiais jornalísticos, mais especificamente, telejornalísticos, que vem sendo empregada em artigos com estudo de caso, em TCC's e dissertações, desde 2005.

Este artigo se divide em mais três segmentos, além desta introdução: 1) apresenta brevemente a estrutura de análise, 2) a análise dos objetos de estudo e, 3) as conclusões preliminares.

## **2. SEMIÓTICA DISCURSIVA: UMA PROPOSTA DE ANÁLISE PARA O TEXTO TELEVISIVO**

A divulgação da Semiótica como uma teoria e o seu “em fazendo-se método” ocorre de modo mais amplo a partir dos anos 60 tanto na Europa quanto nos Estados Unidos. A proposta aqui assumida parte dos postulados de Hjelmslev e Greimas, com a articulação em semioticistas contemporâneos como Eliseo Verón, Paolo Fabbri, Patrick Charaudeau, Diana Luz Pessoa de Barros, Arlindo Machado, Elizabeth Duarte e Sandra Ramalho e Oliveira além de proposição da própria autora.

Como algumas premissas são basilares a todo o processo de análise semiótica serão aqui retomados em forma de tópicos, de modo a mostrar a estrutura organizacional a ser aplicada em qualquer objeto de estudo. Para mais aprofundamento sobre estas propostas, consultar Emerim (2012, 2012a). Assim, são fundamentos da Semiótica Discursiva os termos texto, discurso e produção de sentido, sendo que:

1. o texto é objeto de estudo por excelência, objeto a ser descrito e interpretado,

---

<sup>2</sup> Dados retirados da Pesquisa Brasileira de Mídia, disponível em: <http://pesquisademidia.gov.br/#/Geral/details-917>, acessada em 2017.

<sup>3</sup> Emissora de televisão brasileira, detentora do maior número de filiais e afiliadas no país, considerada a quarta maior empresa de produção de programas televisivos próprios da América Latina, com uma estimativa de cobertura geográfica em 98% do território brasileiro. In: [https://dados.media/#!/view/CATEGORY/TELEVISION/MDB\\_TVA\\_COBERTURA\\_GEOGRAFICA\\_TV](https://dados.media/#!/view/CATEGORY/TELEVISION/MDB_TVA_COBERTURA_GEOGRAFICA_TV), acessado em 2017.

- uma via dupla entre produção e interpretação de sentidos;
2. o texto é compreendido como produto da semiose, que resulta da relação entre expressão e conteúdo e suas funções assumidas nas mais diversas substâncias, colocando em exame não só os mecanismos internos como os fatores contextuais e sócio-históricos;
  3. a Semiótica Discursiva busca entender o que o texto diz e como faz para dizer o que diz, partindo da análise de sua manifestação discursiva;
  4. o nível discursivo é o lugar em que se materializa o sentido, o espaço no qual ocorrem (ou se dão) as relações de sentido. Este espaço da manifestação discursiva é o escopo fundante dos estudos da semiótica discursiva, focada no texto, mas considerando e observando as condições de produção, circulação e consumo, desenvolvendo um estudo empírico e dedutivo.

Em outra direção, também os preceitos dos estudos de televisão e de telejornalismo necessitam ser explicados a luz desta compreensão. Primeiro é preciso informar que a televisão constituiu-se numa linguagem própria que foi se configurando ao longo de sua história, resultando numa gramática de produção específica.

Por **linguagem televisual** define-se *tudo aquilo que refere aos termos técnicos ou culturais que possam estabelecer uma gramática de ações ou usos em televisão* (Emerim, 2017) sendo, por exemplo, os planos, as mudanças de velocidade, as cores, a composição de cena, a iluminação, a edição, os enquadramentos, as regras produtivas, etc.

Na esteira desta premissa, compreende-se por **texto televisivo** o produto resultante da articulação de elementos fundantes da gramática televisiva que conformam unidades de sentido específicas, a partir da relação entre expressão e conteúdo, subsumidas a lógicas e estratégias internas (sua instância narrativa) e externas (seu contexto sócio-histórico) (Emerim, 2012). É por isso que se afirma que para estudar o telejornalismo partindo do olhar semiótico considera-se seu modo de produção de sentido, a maneira/forma que este se constrói para provocar significações e interpretações.

A análise semiótica constitui-se numa análise empírica, de caráter teórico-prático, considerando as gramáticas específicas de qualquer produto jornalístico, de qualquer modalidade de mídia e seu suporte de transmissão. Por *suporte de transmissão* definem-se televisão, internet, radiofrequência, papel, etc.; e, por *tipos de mídias*, a televisão, o rádio, o jornal/a revista o impresso, o online. E, ainda, por *gramática específica* aquelas que engendram regras, possibilidades e restrições que o suporte e os tipos de mídia permitem produzir. Por isso se chamam gramática fotográfica, gramática televisiva, de impresso (que inclui, por exemplo, diagramação, os elementos do design, cores, tipos de letras/fontes), videográfica, cinematográfica, enfim.

Em relação a gramática televisiva, apropriando-se de condutas e formatos oriundos de outros meios, (como o cinema, com suas noções de plano, tomada, eixo de gravação, cena, cenário, estúdio, sequências, entre outras), deles se diferencia pelo seu próprio

desenvolvimento tecnológico e o suporte da imagem eletrônica e/ou videográfica, seja ela analógica ou digital.

A discussão e desenvolvimento desta proposta de análise de forma mais ampla e aprofundada pode ser retomada em várias publicações de Emerim (2012, 2012a; 2014; 2016; 2017), mas aqui, pelo tamanho do artigo, passa-se a descrever de forma mais objetiva, a estrutura e o roteiro dos percursos e categorias empregados.

### **3. UMA PROPOSTA DE ANÁLISE SEMIÓTICA DISCURSIVA DE PRODUTOS E OBJETOS A PARTIR DE SUAS GRAMÁTICAS DE PRODUÇÃO, CIRCULAÇÃO E RECONHECIMENTO**

A proposta se estrutura em etapas, da Macro análise à Micro análise que inicia pela apresentação do contexto sócio-histórico, depois parte para uma descrição que faz um processo de decupagem detalhada das características gerais e analisa, parcialmente, os elementos e as relações. Depois, estabelece um recorte/fragmento para analisar em profundidade.

Nesta contextualização antes da análise, empreendem-se as seguintes etapas: 1. o objeto (um programa ou episódio) na relação com o espaço midiático no qual está inserido; 2. o objeto (um programa ou episódio) na relação com a emissora responsável pela sua produção; 3. o objeto (um programa ou episódio) na relação com a programação geral da emissora; 4. o objeto (um programa ou episódio) na sua estruturação interna, compreendendo a análise e comparação dos episódios/emissões que o compõem; 5. a análise detalhada de um programa ou episódio (parte escolhida). Repete-se a estrutura observando o contexto, a descrição e a análise parcial do material em profundidade, realizando a interpretação (Análise Parcial Geral + Análise Parcial Aprofundada).

Uma etapa primordial desta metodologia é a de explicitar as gramáticas de formas de expressão que, para tanto, emprega a técnica de decupagem - o processo pelo qual se decompõe e descreve o material audiovisual que permite aos analistas entender o funcionamento e a organização interna desses objetos em estudo. Essas gramáticas específicas, dão conta dos processos de feitura “destes textos” e, portanto, extremamente importantes no processo de análise e interpretação dos efeitos de sentido propostos.

Desta forma, a estrutura ou roteiro de análise compreende: duas grandes etapas de análise que objetivam, respectivamente, um mapeamento geral e outro mais específico das marcas discursivas apresentadas nos objetos de estudo considerados como **textos** passíveis de serem examinados através de suas unidades mínimas, a partir de gramáticas de produção específicas que são, em síntese, as formas de expressão (compostas por rotinas produtivas empregadas na construção desses textos); neste caso, um texto televisivo híbrido, portanto articulando gramáticas de fotografia e de vídeo - que já sendo áudio e imagem, engloba várias outras como as cores, formas, composição, etc.

Os elementos constitutivos da gramática fotográfica e da videográfica (ou televisiva) são enquadramento (formato da imagem), plano (definido pela posição da figura humana

no quadro), pelo foco (contornos e nitidez mais próxima da real), aspectos cromáticos (branco e preto, colorida, tonalizadas, etc.), tonalidade (quentes, frias, neutras), contraste (intensidade, harmonia, etc.), aspectos relacionais (composição – disposição dos elementos em cena que podem ser examinados a partir da técnica de linhas de força), a posição do motivo na cena e sua relação com os outros elementos, a posição da câmera – que determina em grande parte o sentido atribuído a qualquer tipo de imagem, posição da fonte de luz, o corte de edição, movimento (de câmera, dos motivos) e, no conteúdo, todas as falas, sons e silêncios apresentados.

#### 4. ANÁLISE DAS VINHETAS TELEVISIVAS DE JORNALISMO (PGJ)

É preciso conceituar o que se entende por **vinheta**: termo que vem do francês que se refere a gravuras que enfeitam livros, mas transposta para rádio e televisão, elas são os materiais que identificam os programas. Na televisão, elas ainda servem como elementos narrativos dividindo-se em tipos: Abertura e Encerramento que o próprio nome já define; de Passagem, aquelas produzidas para marcar a troca de assunto e, ainda, as Intermediárias, usadas para marcar o final ou início de cada bloco ou ainda a mudança de enfoque dentro do mesmo tema, mas no interior do próprio programa.

Neste ensaio de análise, apresentam-se estudos realizados entre 2001 e 2004, que integraram o objeto empírico de tese de doutoramento defendida em 2004, junto ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, na Universidade do Vale do Rio dos Sinos, inclusive, esta análise do Plantão Globo de Jornalismo está disponível no anexo do livro publicado em 2012, a ser referido na bibliografia. A segunda análise, também foi realizada para a tese, mas não está publicada fora do anexo enviado à banca examinadora naquela ocasião.

#### 5. ANÁLISE DA VINHETA TELEVISIVA DO PLANTÃO GLOBO DE JORNALISMO (PGJ)<sup>4</sup>

Para começar a análise parte-se então, das macro situações, contextualizando, descrevendo e analisando.

Iniciando pelo **contexto do programa**, como infere a proposta metodológica, o *Plantão Globo de Jornalismo (PGJ)* acompanha a história do telejornalismo da emissora, pois, desde o surgimento dos telejornais, há o espaço para os plantões extraordinários. Com música-tema forte e vinheta chamativa, os *Plantões* sempre chamaram a atenção das pessoas, a ponto de motivá-las a parar o que estavam fazendo para ouvir ou assistir às notícias que eles veiculam.

Com esta mudança radical no cenário do jornalismo pós-industrial, estas vinhetas não alcançam o mesmo valor de antes, em função das novas tecnologias de comunicação

---

<sup>4</sup> As imagens das vinhetas estão disponíveis no YouTube, em: <https://www.youtube.com/watch?v=uKLSrJ4oY8>, acessado em 2017.

que possibilitam que muito mais pessoas e empresas tenham acesso aos acontecimentos novos, de forma rápida, pelos compartilhamentos via internet.

Mas, com certeza, ainda mantêm o apelo imediatista, principalmente, nas televisões abertas, nas quais o programa *Plantão* ainda tem seu espaço de destaque. Ao longo do tempo, a estética foi adquirindo mais personalidade e as vinhetas foram sendo modificadas incluindo e aproveitando os elementos tecnológicos.

A principal função assumida por este tipo de vinheta é a de identificação do programa, pois o objetivo é anunciar uma informação nova, ocorrida muito próxima à sua exibição, que tenha uma grande abrangência e importância e que possa interessar para muitas pessoas, *em primeira mão*, ou seja, antes dos concorrentes.

Em tempo, os plantões, ou, como antigamente eram chamados, as *edições extraordinárias*, geralmente esperam o espaço comercial para serem exibidos, com exceção de acontecimentos muito raros ou de muita importância que não seguem esta diretiva.

Outra regra a que os plantões obedecem é quanto ao formato e ao tempo de duração: informação curta, com o intuito explícito do “em primeira mão”, podendo permitir-se veicular informações não confirmadas. O oferecimento de informações curtas, sem muitos detalhes, se justifica porque ele também serve de chamada para o próximo telejornal a ser exibido pela emissora, espaço onde a referida notícia será melhor trabalhada: o telejornal é o espaço da programação com legitimidade para examinar a repercussão de um acontecimento e tratá-lo de forma mais aprofundada.

Pelo que já se apontou, no programa de plantão, não é comum a presença de entrevistados ou convidados, pois apenas se propõe a chamar atenção sobre a notícia para que seu desdobramento e detalhamento ocorram no telejornal mais próximo. Seu cunho é imediatista, ele não tem, a princípio, por função a completude. Sua meta é antes de tudo produzir efeitos de sentido de agilidade e inserção da emissora nos fatos de importância significativa para o corpo social.

Quando a entrevista se faz necessária, por ser o entrevistado o único a poder revelar a notícia ou ser ele mesmo a própria notícia, esse procedimento deve ser mantido nas normas de objetividade: foco na informação principal, apresentada de forma breve e direta, com nota final de chamamento para o telejornal mais próximo. Do ponto de vista do contexto publicitário, O *PGJ* não costuma ter patrocinadores, até mesmo pelo seu caráter institucional e emergencial; não se tem previsão antecipada de quando a emissora precisará lançar mão de um plantão.

Também não tem, pela mesma razão, horário de exibição específico: não está inscrito na grade de programação. Sempre que possível, a emissora o insere nos espaços destinados aos intervalos comerciais. Quando isso não é possível, o plantão interrompe a programação sem aviso prévio, ou seja, a vinheta de abertura surge no meio do programa que está sendo exibido.

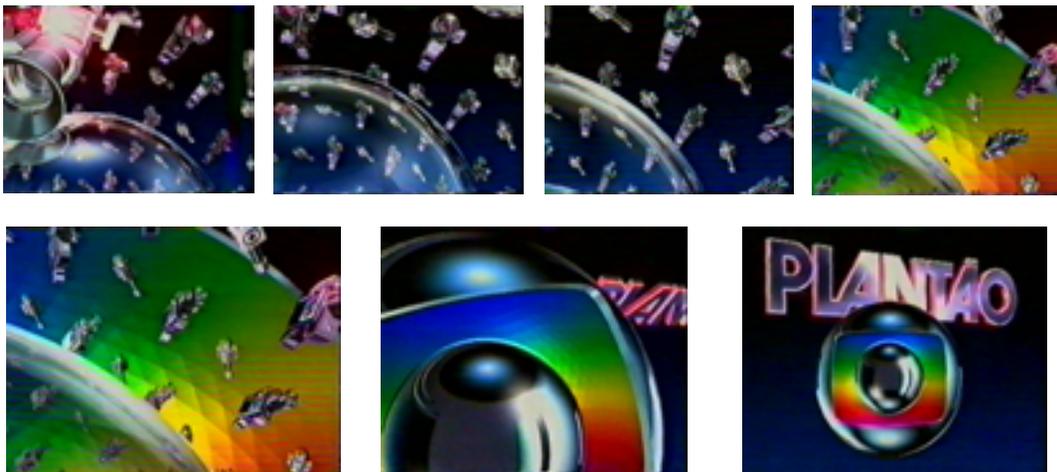
A estrutura do programa *PGJ*, tradicionalmente exibido na emissora, possui uma

vinheta de abertura, com música-tema e apresentação gráfica já bem conhecidas do público telespectador, seguida da exibição da notícia propriamente dita, em formato de resumo, geralmente com tempo de duração entre trinta segundos e um minuto, finalizando com a mesma vinheta ou mesmo sem ela.

Essa vinheta de abertura constitui-se numa produção infográfica, que exhibe muitas figuras de microfones-bola com o logotipo da RGT e câmeras de gravação em movimento circular. Esses equipamentos surgem do canto direito do vídeo, em movimento ascendente, passando pela parte da frente da tela e seguindo na direção esquerda do vídeo, girando em torno de uma esfera prateada.

Essa esfera, aos poucos, vai-se colorindo numa tonalidade que remete às cores empregadas no interior do logotipo da RGT vindo do canto esquerdo do vídeo e, ao se encontrarem com as câmeras e microfones, tomam conta da tela para depois ceder espaço ao logotipo da emissora, que se exhibe com a palavra PLANTÃO em letras prateadas e grandes, com uma ênfase mais clara, como se fosse um foco de luz direcional, nas letras A e N, que podem ser associadas às palavras *atualidade* e *notícia*.

#### Vinheta Tradicional Plantão Globo de Jornalismo



Fonte: YouTube - fragmentos capturados da vinheta publicada no YouTube, endereço já descrito.

A música-tema dessa vinheta é instrumental, com composição forte, em acordes graves e marcantes, pontuada, imprimindo um ritmo rápido à vinheta e fazendo as imagens exibidas seguirem essa mesma cadência, tendo seu ápice ao final, quando se visibiliza, na tela, o encerramento com a palavra PLANTÃO e o logotipo da RGT. A música é composta para despertar a atenção. Seu tom mais alto do que o de outros programas e sua imponência marcam uma ruptura na programação habitual, produzindo efeitos de sentido de *urgência*, *rapidez* e *relevância*.

Depois da apresentação dessa vinheta de abertura, são exibidas as cenas do acontecimento em questão, com narração em *off* ou a participação dos repórteres da emissora. O programa **PGJ** não tem apresentador fixo, ficando essa função restrita aos profissionais envolvidos na cobertura do acontecimento ou àqueles que estão na redação da emissora, no horário de sua ocorrência.

O programa não costuma ter cenário fixo, mas, eventualmente, utiliza-se do cenário dos telejornais que estão mais próximos de sua entrada na programação. É uma produção infográfica, que exhibe muitas figuras de microfones-bola com o logotipo da RGT e câmeras de gravação em movimento circular.

## 6. ANÁLISE DA VINHETA TELEVISIVA DA GUERRA DO IRAQUE (PGJG)<sup>5</sup>

O contexto no episódio no qual a vinheta é exibida ocorreu no dia 20 de março de 2003, depois da deflagração da guerra dos Estados Unidos contra o Iraque, a Rede Globo de Televisão (RGT) exibiu, a partir do início da tarde, doze edições do programa **Plantão Globo de Jornalismo Guerra** ao longo de sua programação. Para fins de análise, considerou-se o conjunto dessas emissões como um episódio, partindo, primeiramente, de uma contextualização geral.

O episódio **Plantão Globo de Jornalismo** exibido pela RGT, no dia 20 de março de 2003, teve início às 13h 45min, cerca de treze horas depois da deflagração da guerra, a meio do programa **Vídeo Show**, que comemorava seus vinte anos no ar, exibindo um episódio especial. A interrupção de um programa na grade de programação da emissora já é, por si só, algo extraordinário e produz efeitos de sentido de *urgência* e de *atualidade*, mas, em se tratando de uma edição especial, esses efeitos são potencializados, ganhando maior *relevância* e *agilidade*.

Seguiu uma estrutura diferenciada, não obedecendo àquela comumente exibida nos plantões da emissora, mantendo a organização das falas de acordo com as rotinas produtivas, diferenciando-se no tom empregado e no estilo de conversação proposto; a apresentação de uma vinheta de abertura e uma de encerramento, idênticas, embora as vinhetas tenham sido criadas especificamente para o evento da guerra dos Estados Unidos contra o Iraque; a inserção da maioria dos **PGJ 20.03.03** nos intervalos comerciais; a ordem das chamadas para o telejornal mais próximo ao final de cada emissão; um mesmo apresentador, Fátima Bernardes (FB), em todas as inserções do programa.

Mudaram-se alguns elementos de seu formato e estilo-padrão, pois exibiram informações longas, comentários, entrevistas e opiniões no interior do plantão; o tempo de duração, que passou dos trinta segundos a um minuto tradicionais, para dois, cinco e até mesmo quinze minutos de duração; a inserção de um entrevistado com longa

---

<sup>5</sup> As imagens da vinheta estão disponíveis no YouTube, em: <https://www.youtube.com/watch?v=Fl6iH7a3QXg>, acessado em 2017.

participação no programa, sentado na bancada junto à apresentadora, e, por fim, as funções desempenhadas pela apresentadora.

Como não poderia deixar de ser, todas as doze emissões do episódio trataram diretamente da guerra e suas repercussões, justificando a abordagem de um só tema pela natureza do evento guerra e pela sua contextualização como a primeira guerra do século XXI.

Assim, o primeiro plantão enfocou um ataque à cidade de Bagdá; o segundo, o início da ofensiva por terra contra o Iraque; o terceiro mostrou as primeiras imagens dos ataques por terra; o quarto plantão, além de exibir as explosões que ocorriam nos céus de Bagdá, também inseriu o entrevistado; o quinto apresentou alguns prédios em chamas na cidade de Bagdá e fez uma contextualização do segundo dia de ataques à cidade; o sexto repetiu o tema do quinto plantão, sobre o ataque a Bagdá e os prédios em chamas; o sétimo plantão expôs imagens de guerra e do Iraque, enquanto a apresentadora relatava as últimas informações; o oitavo plantão anunciou as primeiras informações divulgadas sobre o número de feridos e as imagens liberadas pela televisão iraquiana; o nono e o décimo plantões contextualizaram o segundo dia de ataques a Bagdá e entrevistaram, novamente, o convidado; e, finalmente, os dois últimos plantões transmitidos, o décimo primeiro e o décimo segundo, mostraram as últimas informações vindas do Iraque e o avanço da ofensiva americana ao país, principalmente sobre a cidade de Bagdá.

As doze emissões do *PGJ 20.03.03* iniciaram, como já se apontou, a meio do programa *Video Show 20 anos* e antecederam a exibição do *Jornal Nacional 20.03.03*. Aliás, o próprio cenário utilizado pelo programa foi o do *JN*, com uma bancada fixa, na cor prata fosca, dois computadores, também em tonalidade metálica prateada e de modelo portátil, *laptop*, na bancada para utilização dos apresentadores.

O programa tem um logotipo que se constitui das letras *JN* dispostas de forma um pouco inclinada, em tom de azul forte, em cada um dos lados do cenário, nos cantos. No cenário do programa há um logotipo que fica preso com fios transparentes e parece estar flutuando no alto, do lado direito do vídeo, acima e atrás da cabeça do apresentador que se posiciona naquele lado. Durante a exibição da vinheta de abertura, há um outro logotipo que parece sair deste fixo e se movimenta na direção do mundo, sumindo dentro dele.

Ao centro, encontra-se o mundo. Esse mundo é retratado tal como vemos o planeta Terra nos mapas, um círculo com os continentes em relevo, porém segue nas diferentes tonalidades de azul. É formado por várias lâminas de diferentes tamanhos e formatos, também suspensas no ar por fios transparentes, localizado ao fundo e acima da bancada do telejornal e da redação do programa; quando visto de frente, suas diferentes partes formam o planeta Terra.

Ao fundo dessa bancada e num nível de altura mais baixo que o da bancada, fica

a redação do programa, que aparece durante a abertura e em todas as cenas abertas, nos enquadramentos que englobam os dois apresentadores.

A redação de jornalismo da emissora possui vários computadores ligados e diversos profissionais em plena atividade, monitores de televisão que exibem diferentes canais e uma organização quanto à disposição dos móveis e equipamentos.

O primeiro efeito de sentido produzido pelo cenário é o de *hierarquização*: ao dispor os apresentadores em uma bancada, o programa os coloca numa posição de superioridade em relação a qualquer outro participante e ao restante da equipe de produção.

Essa disposição produz um efeito de sentido de *superioridade*, que se estende ao *poder de saber*. Os apresentadores estão ali porque detêm um conhecimento sobre informações que o telespectador desconhece.

Por outro lado, a focalização com nitidez na figura dos apresentadores, o que não acontece em redação aos outros membros da redação, cuja imagem é apresentada desfocada, não permitindo a identificação por parte dos telespectadores, reitera esse efeito de sentido de *superioridade*.

O estilo *clean*, que mostra os bastidores da redação, também segue rígidos padrões de organização e disposição de espaço. O resultado desse visual cria efeitos de sentido de *eficiência, competência e objetividade*.

Os tons prateados, metalizados e azuis permitem associação com tecnologia de ponta, lembrando espaço, naves espaciais, o que produz efeitos de sentido futuristas, de desenvolvimento tecnológico e da recorrência a tecnologias de ponta.

Todos os **PGJ 20.03.03** exibem imagens da apresentadora, ao vivo, em tempo real e simultâneo à sua ocorrência, e imagens do acontecimento, algumas ao vivo, outras não, geradas por diferentes empresas: CNN, Al Jazeera, Radio Televisão Portuguesa (RTP), e aquelas divulgadas pelo próprio Pentágono, cedidas diretamente às emissoras internacionais.

A apresentadora evidencia as origens de cada uma dessas diferentes imagens e das informações do acontecimento em curso que chegam, a todo momento, coordenando

a emissão ao intercalar imagens ao vivo, entrevista, notas peladas e comentários, numa mesma emissão.

## 7. CONTEXTO DA VINHETA

Essa vinheta do Plantão da Guerra EUA X Iraque se diferencia das vinhetas-padrão de *PGJ*, pois é um material infográfico, produzido especificamente para contextualizar esse acontecimento e montada com imagens de guerra, superpostas através de efeitos de edição, com os cortes suavizados pelos efeitos de *fade-in* e *fade-out*.

### Vinheta Específica Plantão Globo de Jornalismo Guerra EUA X IRAQUE

A vinheta inicia sempre com as imagens



Segue na superposição de cenas



Com os cortes suavizados pelo *fade*



Para encerrar com a inscrição do nome do texto-programa plantão



Fonte: YouTube – fragmentos capturados da vinheta publicada no YouTube, endereço já descrito.

Ela inicia com uma legenda onde se inscrevem as palavras **Guerra no Iraque**, em letras maiúsculas, na cor preta, que vai sendo coberta com imagens superpostas que acompanham o ritmo de uma música-tema.

Essas imagens constituíam-se em cenas de bombardeios, homens se posicionando em trincheiras, veículos de guerra, tais como helicópteros, tanques e lança-míssil, intercalado com algumas imagens de explosões. Ao final as palavras estão em branco, sobressaindo-se dos tons amarronzados do fundo.

Em relação à cor e as tonalidades, no tom das cores utilizadas há predominância do marrom e de suas várias nuances, desde o marrom escuro, passando pelos tons terracotas e beges, tonalidades fortes que são suavizadas na tela por um efeito gráfico que emprega um padrão aquarelado em sua aparência, tirando sua definição precisa, deixando-a mais ao estilo dos tons pastéis.

Deserto, à falta de vegetação e à terra árida, o que está diretamente ligado a esta guerra, que está sendo travada no deserto. As cores não são contrastantes, ao contrário, há tons pastéis que remetem a uma situação de equilíbrio, de igualdade e de previsibilidade.

A cor mais forte utilizada é o marrom, que, em verdade, é considerado uma cor fechada, mas que representa terra, raiz, nesse caso, produz o efeito de sentido de segurança,

de estabilidade e, em outro aspecto, também pode remeter à luta pela terra.

As imagens de guerra sem nitidez e nesses tons aquarelados e pastéis produzem efeitos de sentido de que essa guerra não terá sangue, remetendo diretamente à pré-divulgação dos procedimentos operacionais desse acontecimento, ou seja, a guerra cirúrgica, sem vítimas. Toda essa construção imagética produz um efeito maior, que é anterior à própria ofensiva da guerra e às atualizações e novidades propostas pelo programa **PGJ**: essa é uma guerra controlada, previamente organizada.

A superposição das cenas acompanha uma movimentação ritmada pela música-tema que, como já se apontou, é diferente da música tradicional. Sua característica principal é a de executar um som abafado, sem acordes estridentes ou diferentes, com marcação de tambores em tom grave, cortados por um outro som agudo de um tipo de instrumento que não se sabe ao certo se é de sopro ou de foles (gaita), que parecia aumentar e diminuir, ritmando a música-tema, mas que não se destaca ou destoa dos demais.

O acompanhamento sonoro segue a mesma suavidade empregada no padrão gráfico das imagens. O final da vinheta exhibe a legenda, que vinha aparecendo aos poucos, fruto da superposição de imagens, e toma conta da tela em efeito *freeze*.

Essa vinheta parece não se propor a causar impacto ou a chamar a atenção; ao contrário, parece ter o objetivo de marcar o programa sem alarde, podendo até mesmo passar despercebida para um telespectador mais desavisado, assemelhando-se à utilizada pela emissora nos programas **PGJ** que enfocaram os ataques terroristas aos Estados Unidos, em 11 de setembro de 2001.

A mudança na vinheta de abertura demonstra a importância que a emissora conferiu ao acontecimento, cuja previsibilidade permitiu à emissora uma extensa produção de materiais infográficos, cuidadosamente planejados e bem realizados.

A alteração da música-tema reitera essa importância, e mesmo sua suavidade soa como uma busca infrutífera por atenuar a dramaticidade dos acontecimentos.

Essa estratégia de alteração da vinheta de abertura liga-se também a uma lógica mercadológica, que impõe a captura da atenção do telespectador: os plantões tradicionais permitiam aos telespectadores o desligamento do restante da programação.

Com essa prática, a emissora parece negociar diretamente com os telespectadores, prometendo, em troca de sua permanência frente à tela, as notícias de última hora.

## 8. PARA FINS DE CONCLUSÃO

A proposta apresentada, como se viu, parte do expressivo, que centra na observação das marcas discursivas inseridas no texto para depois completar o processo de análise. Ela permite observar a circularidade ou – o giro semiótico – analisando produção, a circulação e o reconhecimento.

Para a análise dos produtos ou vinhetas utilizadas na televisão pelos programas de jornalismo esta proposta se mostra extremamente pertinente visto que, diferente do campo das artes, ele trabalha com gramáticas de produção específicas ao jornalismo televisivo e mais modalizadas, pois há um modo específico de fazer/realizar os produtos que são adequados a cada mídia e seu suporte. É exatamente esta padronização estrutural jornalística que permite o emprego deste tipo de estudo e referenda a Semiótica Discursiva como uma metodologia operacional e efetiva para compreender para além das notícias, as funções e os sentidos que estas imagens assumem na visibilidade midiática.

## REFERÊNCIAS

- BARROS, Diana Luz Pessoa de. **Teoria Semiótica do Texto**. São Paulo: Ática, 1990.
- BELLOUR, Raymond. **Entre –imagens**. Campinas: Papyrus, 1997.
- CALABRESE, Omar. **A idade neobarroca**. São Paulo: Cultrix, 1987.
- CANEVACI, Máximo. **Sincretismos – uma exploração das hibridações culturais**. São Paulo: Nobel, 1987.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Le discours d'information médiatique: la construction du miroir social**. Paris: Nathan, 1997.
- DUARTE, Elizabeth Bastos. *Reflexões sobre o texto televisivo*. In: **INTERCOM – Anais 2000**. Manaus: INTERCOM, 2000.
- \_\_\_\_\_. *Televisão: dos meios às linguagens*. In: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/86789669863253369513502507885343193533.pdf>, Trabalho apresentado no NP15 – Núcleo de Pesquisa Semiótica da Comunicação, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro. 2002.
- DUARTE, Elizabeth Bastos. **Televisão: ensaios metodológicos**. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- EMERIM, Cárlica. **As entrevistas na notícia de televisão**. Florianópolis: Insular, 2012.
- EMERIM, Cárlica. A análise da narrativa televisiva: do programa ao texto. In: SOSTER, Demétrio de Azevedo; PICCININ, Fabiana (orgs.). **Narrativas comunicacionais complexificadas**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2012a.
- \_\_\_\_\_. *Semiótica discursiva: aplicações na pesquisa em jornalismo*. (159-184). In: SCÓZ, Murilo; VANDRESEN, Monique; OLIVEIRA, Sandra Ramalho e (orgs.). **Proposições interativas: modos de produzir sentidos**. Florianópolis: Ed. UDESC, 2016.
- EMERIM, Cárlica; CAVENAGHI, Beatriz; FINGER, Cristiane. *Metodologias de Pesquisa em Telejornalismo. Sessões do Imaginário* (Revista Eletrônica), Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 2-9, 2017. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/view/28073/15935>>. Acesso em: 10 abr. 2018.

EMERIM, Cárlica. Telejornalismo e Semiótica Discursiva. In: VIZEU, Alfredo; MELLO, Edna; PORCELLO, Flavio; COUTINHO, Iluska (orgs.). **Telejornalismo em questão**. Florianópolis: Insular, 2014, p. 93-119.

FABBRI, Paolo. **El giro semiótico**. Barcelona: Editorial Gedisa, 1999.

\_\_\_\_\_. **La linguaggi della televisione**. In: Il Grillo, 28.1.1998.

\_\_\_\_\_. **Tacticas de los signos**. Barcelona: Editorial Gedisa, 1995.

FLOCH, Jean-Marie. **Petite mythologie de l'oeil et de l'esprit**: pour une sémiotique plastique. Paris : Éditions Hadés-Benjamins, 1985.

GREIMAS, Algirdas Julien. **Semiótica e ciências sociais**. São Paulo: Cultrix, 1976.

\_\_\_\_\_. COURTÉS, Joseph. **Dicionário de Semiótica**. São Paulo: Cultrix, 1979.

\_\_\_\_\_. **Del sentido II**. Madri: Gredos, 1989.

HJELMSLEV, Louis. **Prolegômenos a uma teoria da linguagem**. São Paulo: Perspectiva, 1974.

MACHADO, Arlindo. **A arte do vídeo**. São Paulo: Brasiliense, 1996, pp. 138-139.

\_\_\_\_\_. **A Televisão levada a sério**. São Paulo: Senac, 2000.

RAMALHO e OLIVEIRA, Sandra. **Diante de uma imagem**. Florianópolis: Letras contemporâneas, 2010.

\_\_\_\_\_. **Imagem também se lê**. São Paulo: Rosari, 2009.

VERON, Eliséo. **La semiosis social**. Barcelona: Gedisa, 1997.